

今天恐怕很难加以猜测。

四、市场在哪里

大多数的工业，不论是资源性或加工性，都必须有足够大的市场才能取得经济效益。可是海南岛本身只有 600 万人口，不可能提供一个具有足够规模的市场。为了解决这个问题，海南必须在岛外寻求它的产品的市场。这里有两种选择，产品市场以外国为主，或者以大陆为主。

从原则上说，产品销往何处去完全取决于市场，国际市场的价格高则产品应销往国外；大陆市场价格高则应销往大陆；如果岛内市场的价格高则应在岛内销售。海南岛对岛外的贸易应该建立在互利的基础上，不应该再有什么指令性的计划，强制将产品以低价销往某处（国外或国内）。竞争性的市场的特点是卖方有权寻求出价最高的买主，而买方则有权寻求索价最低的卖主。这样的市场才能保证资源配置的最优。但是在比较国内外市场的价格时必须用到汇率，如果汇率歪曲，则比较的结果跟着歪曲，产品的流向将发生错误。这一现象已经发生在我国的对外贸易中，并遭致了由于资源配置错误而导致的巨大经济损失。在海南和大陆流通同样的货币，在大陆汇率歪曲的情况下如何使海南的汇率不歪曲，这是一个复杂的专门问题，值得专门研究解决。

从实际可能发生的情况看，海南产品的主要市场很可能仍是大陆，至少在近期内是如此。这倒不是说海南产品不应该进入世界市场，而是因为处于初级阶段的经济很难立刻以低成本生产出在国际市场上压倒竞争对手的产品。有的同志以为只要有了先进的设备就可以生产出高质量能进入世界市场的产品。孤立地看，这种可能性或许存在，但一般而论，先进的设备往往需要许多

特殊的配件和原料或辅料，同时要求经专门培训的工人和周到的管理。在一个经济欠发达的环境中要满足这些条件往往很困难，或者要花费巨大的努力，或者支付很高的成本，结果得不偿失。我国曾从瑞士引进了钟表生产线，但我国的钟表出口并未能压倒瑞士，至今能和瑞士在国际市场上平分秋色的还只有日本和香港。类似的例子还有不少。

回头看国内市场对海南产品的需求倒可能是很大的。从产品的质量和精致程度看，供应和需求大致能适应。海南开发当地资源生产出来的产品，由于国内其他地方不能生产，海南具有垄断性的优势。以旅游业为例，海南是我国唯一有异国热带风光的地方，对于大陆人民具有不可替代的吸引力。但是在世界市场上它将面临夏威夷、牙买加等地的竞争。如果在设施和服务等方面不能胜过人家已经有几十年经验的同行，国际旅游业很难有大的发展。其他产品也有类似的情况。我们知道，外国商人对于硕大无朋的中国国内市场非常眼热，外资在国内设厂时经常引起争议的谈判条款就是产品是否允许销往内地。如果海南放着现成的国内市场不去争取，实在不是明智的政策。所以在海南开发的初期，应该以国内市场为目标发展与资源有关的加工业和服务业，同时在国际市场上寻求机会，发展比较有把握的劳动密集型加工业。随着岛内商业气氛的形成，守信用，负责任，讲质量成为风气的时候，根据国际市场的动向，多方面试探，开发出能占领国际市场的高增值的拳头产品。好高骛远反而会欲速不达。归纳以上各点，一个基本的考虑原则就是实事求是。脱离海南岛的实际情况，一相情愿地制订政策，会使我们再一次失去机会。应该说，在这方面我们已经有足够多的经验教训了。

· 科技动态 ·

使用单克隆抗体的癌症新疗法

英国帝国癌症研究基金会首创了一种使用单克隆抗体治疗癌症的方法，他们用这种寻杀癌细胞的疗法拯救了两名晚期癌症患者，使对化疗和神经外科手术已没有任何反应的脑肿瘤完全消失了。

单克隆抗体可以在实验室设计和制造，以寻杀癌细胞和粘住它们。把能杀死细胞的放射性碘附着在抗体上，

然后注射入脑或脊髓周围的体液内。这种方法只是刚刚投入临床试用，还不是种成熟的疗法，也不能用来对付大的实体瘤，但患者能得到明显好转，且这种抗体仅袭击癌症部位而不影响患者躯体的其余部位。

（摘自新华社《世界经济科技》）